

«цифрой» Венера рекламирует чипсы и жвачки. Пользователь же интернета на такой утилитарный поворот найдет свой аргумент: значит, не устарела эта поистине бессмертная мраморная женщина. Просто уменьшилась до обыденного потребления в глобальных масштабах современной медиасферы, в которой, как сказал бы герой А.П.Чехова, «все есть».

Медиасфера не просто отражает в полном смысле информационное изобилие, высокую плотность интересов миллиардов людей к обмену разнородными сведениями, посланиями, наконец, переживаниями. Такое сейчас наступил период, в котором, как хотелось когда-то В. Шекспиру: не разрывается связь времен, а восстанавливается через общее виртуальное пространство.

Литература

1. Бжезинский, З. Стратегический взгляд: Америка и глобальный кризис/ З. Бжезинский/ Пер. с англ. – М.: АСТ, 2015. – 288 с.
2. Гидденс, Э. Последствия современности / Э. Гидденс / Пер. с англ. – М.: ИКГ «Праксис», 2011. – 352 с.
3. Карпов, Н. О. Образовательный институт, власть и общество в эпоху роста культурных знаний/ Н. О. Карпов. – СПб.:Алетейя, 2013.
4. Хантингтон, С. Столкновение цивилизаций/ С. Хантингтон / Пер. с англ. – М.: ООО «Издательство АСТ». 2003. – 603 с.
5. Эко, У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию / У.Эко. – СПб: Петрополис, 1998. – 432 с.

Александр Холод

*Институт журналистики и международных отношений
Киевского национального университета культуры и искусств,
Украина*

ИНМУТАЦИЯ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ: СПЕЦИФИКА И ПОСЛЕДСТВИЯ

Проблема, которую мы изучаем, состоит в том, что сейчас происходит интенсивная инмутация (изменение моделей поведения общества к худшему) массовой коммуникации. Признаками такой инмутации является ухудшение качества продукции массовой коммуникации (в частности, продукции средств массовой информации), изменение моделей поведения аудитории и индивидов. К сожалению, неизвестно, какие механизмы и процессы отвечают за процессы инмутации массовой коммуникации и какие последствия влечет за собой такая инмутация. Опира-

ясь на изложенную проблему, мы предположили: общество страдает от инмутации массовой коммуникации из-за появления инмутованных инмутантов. Цель нашего исследования: определить сущность и последствия процессов инмутации массовой коммуникации.

Декларируемую гипотезу мы доказываем, обращаясь к уточнению понятия «массовая коммуникация», которую следует рассматривать «минимум в двух аспектах: 1) как процесс передачи информации группе людей одновременно с помощью специальных средств – масс-медиа; 2) как дисциплину, которая изучает различные средства, с помощью которых отдельные люди и организации передают информацию через средства массовой информации крупным сегментам населения одновременно» [6]. Анализ определения дает нам право утверждать, что основной характеристикой массовой коммуникации является передача информации большому количеству людей одновременно.

В определении, которое предложил В. В. Ризун (представитель социальных коммуникаций), мы находим, что массовой коммуникацией следует считать «способность людей владеть особой формой социальной связи, которая позволяет отдельным людям, выражающим интересы или политических сил, или бизнеса, или религиозно-культурных центров, или власти или других общественных институтов, влиять на других людей, которые являются представителями разных социальных групп или отдельными индивидами, для массификации их сознания и управления поведением масс» [8, с. 55]. Автор пользуется терминами и понятиями социологии, чтобы растолковать значение обсуждаемого понятия «массовая коммуникация». При этом главным элементом определения является процесс массификации сознания представителей разных социальных групп.

С. В. Бориснев (представитель социологии) предлагает считать массовой коммуникацией «процесс сообщения социальной информации с помощью средств коммуникации большому количеству людей, находящихся в пространстве (массовой аудитории)» [2]. Приведенное определение массовой коммуникации также имеет главный признак – большое количество людей, расположенных в пространстве. Такой признак совпадает в трех определениях, приведенных ранее.

Представитель литературоведения и журналистиковедения И. Л. Михайлин предлагает определять массовую коммуникацию через указание на то, что она является «широким (в которое вовлечено все население) и всесторонним (которое касается всех социально важных тем) общением», и называет массовую коммуникацию «массовым диалогом, осуществляемым через журналистику» [7, с. 240]. По мнению Н. Лумана, массовыми медиа можно считать потому, что «только машинное

производство носителей коммуникации повлекло за собой развитие масс-медиа» [4, с. 8; 5]. Анализируя оба определения, мы отметим, что определяющим фактором идентификации коммуникации как массовой является наличие способности транслировать (умножать) информацию через технические средства и распространять ее на большую массу потребителей (слушателей, пользователей, телезрителей).

Как сообщают авторы электронной энциклопедии «Википедия», «в конце XIX – начале XX века Чарльз Кули средствами массовой коммуникации (далее – СМК) называл газеты, почту, телеграф, железные дороги, образование» [6]. Сейчас диапазон СМК изменился. К числу СМК относят «печатную, аудиовизуальную, электронную прессу, массовые справочники, кино-, видео-, аудионосители информации, спутниковые, кабельные, компьютерные сети – все, что может накапливать и передавать важную для общественной жизни информацию». Сами СМК являются «специализированными учреждениями для открытой, публичной передачи любой информации любыми средствами с помощью специального технического инструментария» [3]. Итак, значение понятия «средства массовой коммуникации» изменилось со временем. Вместе с упомянутыми изменениями изменились и процессы формирования, трансляции информации через СМК, их виды и формы. Изменились формы и темпы воздействия СМК. Упомянутые реалии и понятия, формы, виды и процессы СМК сейчас достаточно активно изучаются. К сожалению, современные исследователи недостаточно внимания уделяют изучению и описанию процесса не столько негативных изменений и их последствий в отношении общества. Малоизученными являются проблемы сущности негативных изменений общества, происходящих под влиянием СМИ и СМК. Совсем не исследуются проблемы, связанные с образованием и закреплением, укоренением и институализацией негативной информации, изменением поведения общества (инмутация). Инмутация происходит не как желание одного или нескольких лиц, инмутация и не идентифицируется объективно. Она не измеряется объективными параметрами, но только субъективными критериями и единицами (оценками, определениями, мыслями, позициями, утверждениями, вопросами, сомнениями, преимуществами, доминантами, высказываниями лидеров мнения). Сейчас научное общество не уделяет внимания тому, что в начале XXI века возникли так называемые инмутированные инмутанты, или люди, информационный и интеллектуальный фонды которых формируются преимущественно другими людьми (чаще специалистами, которые отвечают за информационную политику общества), число которых является небольшим, и мнение которых является субъективным. Такие лица осуществляют подсознательный отбор ин-

формации, формируют ее и, компилируя, дают разрешение на трансляцию гипертрофированного (или гипотрофированного) информационного образования. Иными словами, аудитория (потребители информации), сотни миллионов простых людей, получают уже отобранную гипертрофированную (или гипотрофированную) информацию. Авторы такого отбора являются продуктом процессов инмутации общества. Будучи инмутированными, «отражатели» подают обществу инмутированную информацию (такую, которая является результатом восприятия и рефлексии людей, модели поведения которых уже изменены процессами инмутации общества в определенную эпоху, исторический период). Итак, инмутированную информацию получают члены инмутированного общества и получается, что происходит напластование: инмутация инмутированных индивидов ведет к новой волне инмутации аудитории (общества). Предлагаем называть тех, кто воспринимает инмутированную информацию инмутированными инмутантами. Далее приведем три примера, которые иллюстрируют наше мнение (примеры приводим по принципу «от простого к сложному», от бытового и понятного всем до системно-научного, сложного и понятного, возможно, только специалистам социальных коммуникаций, социологам, философам).

Пример 1: простой, бытовой, «на пальцах». Мальчик Олесь в возрасте 15 лет собирает камни со всего мира. Как только он узнает о том, что кто-то из его знакомых уезжает в какую-либо страну или город, Олесь просит привезти ему мелкий камень. Неважно, в каком именно месте страны исполнитель по его просьбе найдет камень (на дороге, на берегу моря, в аэропорту, в пустыне, на ранчо). Важно, чтобы камень был настоящий и действительно из дальних стран или городов. Юноша, который был не в состоянии путешествовать, но очень хотел этого, с годами сформировал представление о странах мира именно по формам и цвету, даже по запаху камней, тщательно хранил дома в своей странной коллекции. Ведь каждый, кто привозил из дальних стран мира камни для Олесья, рассказывал о том, где именно лежал камень. Олесь подписывал камни и запоминал их краткую «историю» (кто, откуда привез камень и где он находился в то время, когда камень подобрали). За многие годы у Олесья собралась большая коллекция камней из 124 стран мира.

О его необычной коллекции однажды узнал сосед, который работал корреспондентом программы новостей на известном в стране телеканале. Журналист предложил Олесью, к тому времени уже взрослому мужчине, показать его коллекцию в новостях и взять у коллекционера интервью. Олесь с радостью согласился: ведь его покажут по телевизору, и он сможет рассказать о своем увлечении всей стране. Во время съемок

интервью Олесь восторженно рассказывал о «сером с белыми прожилками камне из Нью-Йорка, который подобрали у места совершения террористического акта 11 сентября 2001», о «белом камне с красным оттенком, выбранного у подножия одного из вулканов Камчатки», о «серебристых линиях на камне, который взят у бараке № 5, с места расстрела пленных-евреев в концентрационном лагере Аушвиц, который находится у польского города Освенцим». Олесь во время интервью рассказывал проникновенно, уверенно и эмоционально. Он свято верил в то, что собранные им камни действительно привезены из тех мест и связаны с теми событиями и местами, о которых знает весь мир. Никто: ни сам Олесь, ни те, кто давно уже забыли о том, что привезли из дальних стран мира камни для Олесья, не могли подтвердить того, о чем человек-коллекционер рассказывает, является правдой. Олесь был уверен в своей правоте. Он верил!

Анализ примера 1. Олесья могли обманывать в течение его жизни те, кто привозил ему камни со всего мира. Например, некто Н. после прилета из Нью-Йорка случайно вспомнил о просьбе Олесья. Говорить о том, что Н. забыл об Олесе и не выполнил его просьбу, не хотелось. Поэтому камень был взят у здания аэропорта в том же городе, где и жил Н. и Олесь. То есть камушек не был привезен из Нью-Йорка. Когда Н. передавал камень Олесью, последний не догадывался, что камень на самом деле не из Нью-Йорка. Олесь не знал о том, что его обманули. Но тот, кто дарил, рассказал Олесью увлекательную историю о том, как сотрудники таможни не хотели пропускать Н. через границу с камнем в кармане, именно потому, что камень «унижал» достоинство службы безопасности США, которая не смогла гарантировать спокойствие страны. Такую ложную историю камня Олесь запомнил, не подозревая о том, что история выдумана специально для него. Олесь инмутировал. Его поведение изменилось к худшему, хотя сам он о ложном характере истории камня из Нью-Йорка и не знал. Много лет спустя Олесь в интервью вдохновенно передал лживую историю камня из Нью-Йорка. Олесь, бессознательно инмутированный, сознательно инмутировал телезрителей. Телезрители новостей увидели и услышали Олесья. Восприняли историю камня из Нью-Йорка как правдивую. Таким образом, состоялась инмутация инмутации.

Пример 2: средний, осложненный, ориентированный на предмет обсуждения (инмутация массовой коммуникации). Журналистка К. одного из рейтинговых каналов страны обратилась к профессору Д., который учил её в Институте журналистики ведущего университета столицы. Во время обучения в университете профессор Д. среди нескольких учебных дисциплин читал для будущей журналистки К. лекции по прикладным социально-коммуникационным технологиям. Рассказывал о том, как

благодаря, например, умелым действиям по налаживанию связей с общественностью во время политических выборов можно создать имидж такого кандидата в депутаты в высший законодательный орган страны, который потребуется на определенное время социальной прослойке населения страны. Журналистка К. надолго запомнила лекции профессора Д. и через два года после окончания университета решила обратиться к профессору Д. с просьбой принять участие в создании телевизионного проекта в жанре журналистского расследования. Профессор должен был дать интервью журналистке К., которая собиралась «встроить» его в будущую телевизионную передачу, посвященную тому, как нынешние политики обманывают людей благодаря социально-коммуникационным технологиям. К тому же была прекрасная возможность: телеканалу, на котором работала журналистка К., исполнилось 14 лет. На усмотрение журналистки К. информация, о которой она хотела рассказать, должна была стать сенсацией-разоблачением некоторых нынешних политиков.

Договорившись с профессором Д. о встрече и о съемках программы, в которую будет вмонтировано интервью, журналистка К. приехала со съемочной группой на место съемок, взяла интервью у профессора Д., его студентов и коллег. Смонтировала материал и подала редактору. Последний после ознакомления с представленным материалом остался недоволен содержанием и акцентами, которые предложила журналистка К. Как результат, готовый материал журналистки К. подвергся дальнейшей критике в кабинетах главного редактора и продюсера телеканала. Журналистский материал в виде готовой передачи на 44 минуты был запрещен в эфире.

Анализ примера 2. В приведенном примере иллюстрируется инмутация системы СМИ, которая была зафиксирована в таких фрагментах:

1. Прикладные социально-коммуникационные технологии, о которых профессор Д. рассказывал во время лекций двумя годами ранее, после окончания студенткой-журналисткой К. Института журналистики изменились, трансформировались в новые формы; журналистка К. не изучала упомянутые технологии и когда ей в голову пришла информация двухлетней давности, ситуация с предвыборными социально-коммуникационными технологиями изменилась; следовательно, представление журналистки К. о предвыборных социально-коммуникационных технологиях осталось на прежнем уровне, что и доказывает изменение моделей поведения к худшему в обществе, то есть доказывает факт наличия инмутации общества (можно говорить и об инмутации моделей поведения самой журналистки К., которая является частью общества и постоянно транслирует через новости изменённые образцы поведения других членов общества);

2. Получив социальный заказ на информацию, которой профессор Д. владел (просьба журналистки К. дать интервью для известного телеканала), сам профессор Д. начал готовиться к интервью: вспомнил результаты последних своих исследований по использованию предвыборных социально-прикладных технологий, перечитал работы коллег по цеху, обратился к детализации нынешней ситуации; вместо ежедневного просмотра новостей на 5–6 телеканалах и по 2–3 радиостанциям профессор Д. тщательно начал просматривать новости и политические ток-шоу на всех известных ему телеканалах, целенаправленно несколько дней уделял анализу новостей, размещенных на 8–12 ведущих украинских и англоязычных сайтах; очевидно в таком случае изменение модели поведения профессора Д. к худшему: он не уделял время домашним делам, семье, новой монографии, которую он писал, магистерским работам, которыми он руководил и т.д.: то есть в поведении профессора Д. произошли изменения к худшему, то есть произошла инмутация;

3. Зная о том, что информация об использовании предвыборных социально-коммуникационных технологий во время последних выборов может стать сенсационным взрывом, профессор Д. не стал «фильтровать» то, о чем можно рассказывать в интервью и то, о чем не стоит информировать общество; ergo, профессор Д. целенаправленно стремился к инмутации общества;

4. Записав интервью с профессором Д., услышав, о чем откровенно говорили студенты, присутствовавшие на импровизированном занятии, оценив их критику существующей власти и нечистых методов, которые использовала власть во время последних политических выборов, журналистка К. не стала цензурировать полученный и записанный материал, а, наоборот, выпятила его, стремясь сделать материал более сенсационным, чем целенаправленно достигла той степени нарушения этики, которой ухудшила модели поведения руководителей проекта и канала (они отказали журналистке К. и ее журналистскому продукту в праве на выход в эфир); ergo, состоялась инмутация как модели поведения журналистки К., так и модели поведения главного редактора проекта, продюсера и генерального директора телеканала;

5. Осуществленный нами анализ ярко иллюстрирует мысль о том, что инмутация профессора Д., который тщательно и необъективно анализировал ситуацию с использованием предвыборных социально-коммуникационных технологий на последних выборах, «наложилась» на инмутацию журналистки К., которая имела «старую», то есть необъективную информацию о предвыборных социально-коммуникационных технологиях, которые использовались во время последних выборов;

состоялась инмутация представлений журналистки К. под влиянием инмутации дотошного профессора Д., то есть – инмутация инмутации;

6. Дальнейший анализ дает основания утверждать, что инмутация инмутации спровоцировала третью волну инмутации, а именно: изменила под влиянием профессора Д. модель поведения журналистки К., которая отразила в своем материале информацию, которая могла бы изменить модели поведения аудитории телеканала, изменила модель поведения редактора проекта, главного редактора и генерального продюсера телеканала; другими словами имеем пример тройной инмутации (инмутация инмутации, повлекшая новую инмутацию);

7. Наконец, продолжая цепь инмутаций описанного случая, следует записать, что следующим звеном такой цепи стала инмутация коллег журналистки К.: они выслушали рассказ последней о случае цензуры на канале, изменили свое поведение; часть журналистов телеканала испугалась за свои должности и перестала искать информацию и снимать материал о политиках и их тяжелой, но «грязной» работе; другая часть коллег журналистки К. после услышанной истории, которая произошла с журналисткой К., усилили поиски компроматной информации о действующих политиках и стремились искусно «встроить» провокационный материал в свои сюжеты, репортажи, очерки; ergo, в цепи изменения модели поведения членов общества (то есть цепи инмутаций общества) состоялась очередная «звеньевая» инмутация или, следуя логике нашего изложения, четвертая волна инмутации общества.

Пример 3 – системно-научный, сложный и понятный, возможно, только специалистам социальных коммуникаций. Аспирантка Д., училась в аспирантуре по специальности «теория и история социальных коммуникаций», завершила работу над написанием научного труда – кандидатской диссертации, посвященной анализу электронных дневников блогов, которые писали люди, живущие с ВИЧ / СПИД (далее – ЛЖВ). Диссертантка доказывала предположение о том, что блоги имеют признаки средств массовой коммуникации (СМК) и выполняют роль средств массовой информации (СМИ). По установленной процедуре подала текст диссертации на рассмотрение своему научному руководителю, который сделал замечание как специалист по социальным коммуникациям. В рабочем порядке назовем их «замечания первого уровня».

После исправления замечаний первого уровня аспирантка Д. подала диссертацию в специализированный ученый совет, в котором собиралась защищаться. Для осуществления научной экспертизы текст кандидатской диссертации был отдан трем докторам наук, профессорам, двое из которых изучали проблемы журналистики. Один из профессоров был специалистом в области социологии. Первые два высказали свои заме-

чания и просили аспирантку устранить их, что она и сделала. Такие замечания назовем «замечания второго уровня». Третий профессор, социолог, нашел в тексте диссертации столько замечаний, что в результате выдвинул аспирантке условие: либо она полностью изменит тему диссертации, или он откажется от подписи экспертного заключения. Такие замечания мы назвали «замечания третьего уровня».

После рассмотрения диссертации аспирантки Д. членами экспертной комиссии специализированный ученый совет по социальным коммуникациям назначил официальных оппонентов, среди которых были доктор наук по социальным коммуникациям – специалист по проблемам электронных средств массовой коммуникации. Замечания последнего мы назовем «замечания четвертого уровня». Их аспирантка Д. также учла и устранила. После замечаний четырех уровней диссертационная работа приобрела совсем другой вид, не такой, каким был сначала: идея исследования была изменена, акценты, которые диссертантка считала главными, стали второстепенными, а некоторые мысли вообще были убраны вместе с замечаниями критиков.

Анализ примера 3. Этот пример ярко иллюстрирует изменение моделей поведения (инмутацию) того человека (аспирантки Д. – будущего специалиста по теории и истории социальных коммуникаций), которая попала под влияние других людей – специалистов по социальным коммуникациям, в том числе и по медиазнанию (научного руководителя аспирантки Д., члена экспертной комиссии диссертационного совета, официального оппонента). Последние, в свою очередь, уже были инмутированы ранее путем усвоения истин, прописанных во многих научных источниках по медиазнанию (диссертациях, монографиях, научных статьях, рефератах, докладах). Аспирантка Д. страдала от инмутации уже инмутированных специалистов и после многократной правки текста диссертации по проблеме медиазнания получила статус инмутированного инмутанта, или того, чья уже изменённая модель поведения еще несколько раз изменилась. Интересно отметить, что, анализируя пример 3, мы «выходим» на другой уровень осознания как роли инмутированных инмутантов под влиянием науки о медиа, так и инмутации методологических принципов и законов, которыми пользуется представитель любой области знаний. Речь идет о социологе – эксперте диссертационного совета. Назовем его социолог Х. Имея огромный опыт социологических исследований, будучи ведущим специалистом в своей области, социолог Х., догадываясь о существовании методологической базы в социальных коммуникациях, но не зная их, не захотел анализировать исследования аспирантки Д. с синтетических позиций социальных коммуникаций и социологии.

Не детальный, а беглый анализ трех примеров, призван был доказать выдвинутую нами в начале исследования гипотезу о том, что общество страдает от инмутации массовой коммуникации из-за появления инмутированных инмутантов. И действительно, влияние на общество массовой коммуникации, которая уже инмутировала, порождает явление, которое в рабочем порядке было нами названо «инмутация инмутации». Индивиды, составляющие общество, страдающее от упомянутого явления, превращаются в таком случае в инмутированных инмутантов. В дальнейшем, после доказательства выдвинутой нами гипотезы, появляется необходимость тщательного анализа генезиса явления инмутации инмутации, прежде всего, с методологических позиций.

Литература

1. Бессознательное: природа, функции, методы исследования / А. С. Прангишвили, А. Е. Шерозия, Ф. В. Бассин и др. – В 5 т. – Тбилиси : Мецниереба, 1978–1985. – Т. 1 : Основные критерии рассмотрения бессознательного в качестве своеобразной формы психической деятельности / А. С. Прангишвили, А. Е. Шерозия, Ф. В. Бассин [вступ. ст. редакции]. – 1978. – С. 71–83.
2. Бориснев, С. В. Социология коммуникации : учеб. пособ. / С. В. Бориснев. – М. : ЮНИТИ, 2003. – 270 с.
3. Засоби масової комунікації: поняття, концепції діяльності, функції [Електронний ресурс]. – Режим доступа : <http://ukrref.com.ua/?id=MTAxMjY%3D> – Дата доступа: 02.01.2015.
4. Иванов, В. Ф. Аспекты массовой коммуникации. – В 3 ч. – Ч. 2 : Массовая коммуникация / В. Ф. Иванов. – К. : Академия Украинской Прессы, 2009. – С. 8.
5. Луман, Н. Реальність мас-медіа / Н. Луман [за ред. Іванова В. та Мінакова М.]. – К. : ЦВП, 2010. – 158 с.
6. Масова комунікація [Електронний ресурс]. – Режим доступа: http://uk.wikipedia.org/wiki/Масова_комунікація. – Дата доступа: 07.01.2015.
7. Михайлин, И. Л. Комунікація масова / И. Л. Михайлин, М. Ф. Гетманец // Сучасний словник літератури і журналістики. – Х. : Прапор, 2009. – С. 240.
8. Різун, В. В. Теорія масової комунікації : підруч. для студ. галузі 0303 «Журналістика та інформація» / В. В. Різун. – К. : Видавничий центр «Просвіта», 2008. – С. 55.

Фатимет Хуако

*Майкопский государственный технологический университет,
Россия*

ВОЗМОЖНОСТИ ПОДГОТОВКИ PR-СПЕЦИАЛИСТА ПОСРЕДСТВОМ ИНТЕРАКТИВНОЙ ТЕХНОЛОГИИ

Как уверенно провозглашалось в советском вузе и неизменно подтверждалось в постсоветской практике, оптимальным методическим